

BAB III

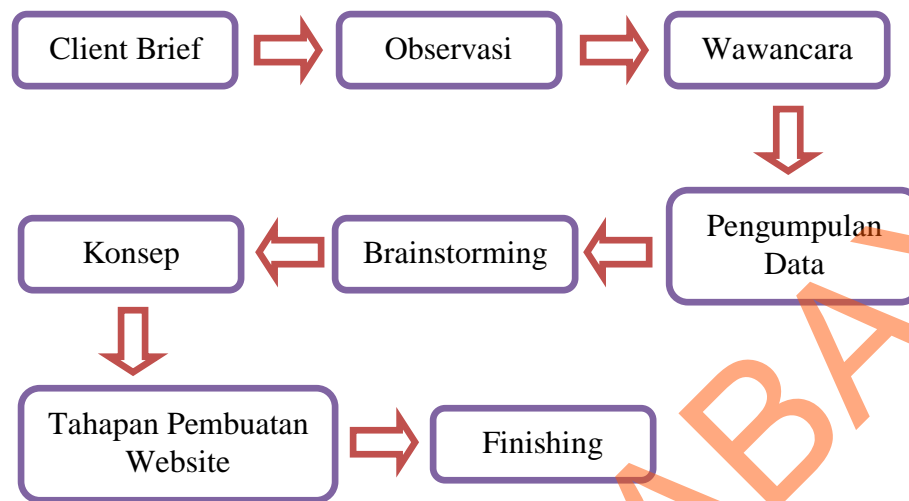
METODE PERANCANGAN

3.1 Metodologi Penelitian

Pada penyusunan laporan ini digunakan metodologi penelitian kualitatif berupa studi kasus untuk meneliti permasalahannya serta mencari pemecahan dari permasalahan tersebut. Mudjia Rahardjo menjelaskan dalam websitenya, studi kasus merupakan penelitian yang mendalam tentang individu, kelompok, organisasi, program kegiatan, dan sebagainya dalam waktu tertentu. Studi kasus ini bertujuan untuk memperoleh deskripsi yang utuh dan mendalam dari sebuah entitas. Studi kasus menghasilkan data untuk selanjutnya dianalisis untuk menghasilkan teori. Sebagaimana prosedur perolehan data penelitian kualitatif, data studi kasus diperoleh dari wawancara, observasi, dan arsip.

Wawancara difokuskan pada konsep-konsep yang akan diterapkan pada desain *website* serta pembentukan karakter yang mencitrakan *website* tersebut. Sedangkan observasi difokuskan untuk mengumpulkan data-data konkrit mengenai permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan yang akan dibuat websitenya. Data yang berupa arsip juga harus terkumpul lengkap guna memaksimalkan pembuatan *website*. Data tersebut dapat diperoleh dari perusahaan yang bersangkutan.

3.2 Skema Perancangan



Gambar 3.1 Skema Perancangan

3.3 Client Brief

Client brief merupakan suatu *brief* yang didapat dari *client* yang berisi data-data perusahaan *client*, *target market*, *target audience*, USP, *marketing strategy*, dan sebagainya. *Brief* ini akan menentukan desain *website* yang akan dibuat. *Brief* ini juga berfungsi untuk mengurangi penialan secara subyektif baik itu penilaian estetis dari pihak *designer* atau pun keinginan *client*.

Data-data *brief* dari *client* tersebut lalu diolah oleh pihak *agency* (disini selaku PT Infomedia Nusantara), setelah itu dipresentasikan kembali kepada *client* sehingga menjadi *creative brief*.

3.4 Observasi

Observasi merupakan salah satu cara dalam pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati suatu obyek secara langsung. Observasi ini dilakukan agar data-data yang dikumpulkan valid dan sesuai dengan kenyataan.

Dilakukannya observasi ini agar dapat ditemukan permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh pihak perusahaan serta ditemukannya cara penyelesaian yang tepat dan dapat diterapkan pada saat merancang *website*. Sehingga *website* yang dirancang menjadi tepat dan sesuai untuk menyelesaikan permasalahan dari pihak perusahaan (*client*).

3.5 Wawancara

Dalam studi kasus terdapat juga wawancara yang berfungsi untuk menggali hal-hal apa saja yang diinginkan oleh perusahaan untuk diterapkan dalam *websitenya*. Diantaranya dapat berupa apa saja yang ingin lebih ditonjolkan dalam *website* tersebut, karakter seperti apa yang ingin ditampilkan dalam *website*, serta apa saja yang harus dihindari atau tidak dimuat dalam *website*, dan lain sebagainya.

Wawancara dibutuhkan untuk mendapatkan data yang akurat langsung dari sumbernya, yaitu dengan cara menanyakan hal-hal secara langsung (bertatap muka) dengan pemilik atau pimpinan perusahaan, serta dengan pihak-pihak perusahaan yang terkait dengan pembuatan *website* ini. Setelah itu akan diperoleh data tentang seberapa efektifnya pembuatan *website* untuk perusahaan itu.

Dari hasil wawancara, dapat diketahui bahwa PT Kencana Tekindo selaku *client/customer* dari PT Infomedia Nusantara membutuhkan pembuatan *website* sebagai media untuk mempromosikan produknya sekaligus memperkenalkan kepada konsumen mengenai perusahaan PT Kencana Tekindo tersebut.

3.6 Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data dilakukan dengan mengumpulkan data-data *brief* dari *client*, melakukan bedah literatur pada buku dan internet, serta melakukan wawancara kepada pihak perusahaan dan observasi langsung di lokasi agar didapat data yang benar-benar valid. Data yang dikumpulkan berupa sejarah dan latar belakang perusahaan (dalam hal ini PT Kencana Tekindo selaku *customer* PT Infomedia Nusantara), serta keterangan-keterangan lain yang menunjang dalam proses pembuatan *website*.

3.7 Brainstorming

Dalam menentukan *keyword* yang digunakan sebagai acuan mendesain *website* akan diambil dari hasil *client brief*, observasi, wawancara, serta pengumpulan data. Untuk itu perlu dilakukannya *brainstorming* antara *web designer*, *web programmer*, serta *web architect*. Dari *brainstorming* inilah didapatkan *keyword* serta konsep apa yang akan digunakan dalam *website* yang akan dibuat.

3.8 Konsep

Setelah menentukan *keyword* melalui *brainstorming*, maka langkah selanjutnya adalah menyusun konsep. Konsep ini yang akan diaplikasikan ke dalam *website customer* PT Infomedia Nusantara (dalam hal ini PT Kencana Tekindo). Konsep ini berguna sebagai acuan dasar selama proses pembuatan *website*, agar *website* tidak melenceng dan tetap sesuai dengan tujuan semula.

3.9 Tahapan Pembuatan Website

- Perencanaan (*Planning*)

Pada tahapan *planning* ini yang perlu dilakukan adalah menentukan nama *website*, menentukan tema dari *website* yang akan dibuat, mengumpulkan materi atau konten yang akan dimuat di *website*, membuat *site map*, serta menyusun jadwal pengerjaan *website* (*time schedule*).

- Perancangan (*Design*)

Dalam tahapan *design* disini yang perlu dilakukan adalah membuat *header website*, menyusun menu, membuat *sidebar*, menyusun konten, membuat *footer website*, dan membuat fitur-fitur pada *website* (misal: *search box*, *category list*, *shout box*, dan sebagainya).

- Penyusunan Script (*Coding*)

Sedangkan untuk *coding* disini terbagi menjadi empat, yaitu : *HTML coding* (meliputi pembuatan tampilan halaman statis dan sederhana, serta penyusunan konten), *PHP coding* (meliputi pembuatan fitur-fitur pada *website* serta pembuatan sistem komputerisasi atas *input* data yang masuk ke dalam *website*), *CSS coding* (meliputi pembuatan *layout*, fitur, karakter *font*, dan karakter warna), dan *SQL coding* (meliputi pembuatan sistem *write*, *read*, dan *record database website*).

- Pengujian *Website (Testing)*

Pengujian *website* dibagi menjadi secara *offline* dan *online*.

Pengujian *offline* yang dilakukan meliputi pengujian *layout website* terhadap berbagai resolusi layar *monitor*, pengujian tampilan desain apakah sudah sesuai dengan *script coding*, pengujian *hyperlink*, serta pengujian semua fungsi dari fitur-fitur yang disediakan pada *website*. Sedangkan pengujian *online* meliputi pengujian fitur-fitur yang berfungsi secara *online* (seperti pengiriman *email* dan komentar) dan pengujian *website* disemua jenis *browser*.

3.10 Finishing

Pada tahap ini *website* sudah benar-benar jadi dan siap untuk digunakan. *Website* akan diupload ke *server* dan dapat diakses dimana pun melalui koneksi *internet*. Setelah *website* diupload maka tidak cukup sampai disitu saja, *website* harus dipromosikan dan selalu rutin dilakukannya *maintenance* sebagai upaya pemeliharaan *website*.

- Promosi *Website (Promotion)*

Website yang sudah dibuat harus dipromosikan agar calon konsumen mengetahui keberadaan *website* tersebut. Cara mempromosikan *website* dapat secara *online* dan *printable*.

- Pemeliharaan *Website (Maintenance)*

Website juga perlu selalu dipantau. Tahap pemeliharaan *website* ini meliputi pemeliharaan *domain* dan *hosting* (selalu memeriksa status kepemilikan *domain* dan *hosting*, memperpanjang masa sewa *domain* dan *hosting* agar *website* dapat terus diakses oleh pengunjung, memeriksa ukuran *file website* yang diupload agar tidak melebihi kuota sewa *hosting*, melakukan *backup* secara rutin terhadap *file-file website* menghindari terjadinya kerusakan data *website*, serta memeriksa *error* pada sistem). Selain itu *maintenance* pada *website* juga berfungsi untuk mengupdate konten-konten *website*.